

گزارش «کسب و کار» از افزایش لوازم آرایشی - بهداشتی تقلبی در بازار

هیچ لوازم آرایشی بی دلیل ارزان نیست

نظارت‌های لازم را بر صنوف خواهند داشت و در صورت مشاهده کالای تقلبی با واحد متخلف برخورد خواهند کرد.

❖ **دست‌فروشان با جان مردم بازی می‌کنند**
یکی از فروشندگان لوازم آرایشی - بهداشتی در خیابان ناصر خسرو با اشاره به ورود انواع لوازم آرایشی

آشنا می‌شوند و در پایان دوره دیپلم خرازی فروش لوازم آرایشی و بهداشتی را از سوی اتحادیه دریافت می‌کنند. رئیس اتحادیه خرازی تهران از مصرف‌کنندگان خواست در صورت مشاهده فروش کالای تقلبی با شماره تلفن این اتحادیه ۰۲-۸۸۳۰۵۷۵۱ تماس حاصل فرمایند.

که لوازم آرایشی و بهداشتی در سوپرمارکت‌ها و داروخانه‌ها و بعضاً در بوتیک‌های لباس فروشی نیز به فروش می‌رسد که اتحادیه خرازی نمی‌تواند بر آنها نظارت داشته باشد. وی افزود: از نکات قابل تأمل این است که میزان کشفیات

دکمه‌چی با بیسان این که مصرف‌کنندگان در هنگام خرید لوازم آرایشی و بهداشتی باید دقت لازم را داشته باشند، اظهار کرد: به تمامی مصرف‌کنندگان توصیه می‌کنم که لوازم آرایشی و بهداشتی را از واحدهای صنفی که دارای پروانه کسب خرازی هستند، تهیه کنند تا بتوانند از کالای خریداری شده اطمینان حاصل کنند. وی تصریح کرد: در واحدهای صنفی دارای پروانه کسب، کالاهای اصلی و سفارشی از شرکت‌های معتبر به فروش می‌رسد و

مشکلات و بیماری‌هایی که مردم بر اثر استفاده از لوازم آرایشی تقلبی با آن مواجه شده‌اند، روزبه‌روز در حال افزایش است. ایران در مصرف لوازم آرایشی در جهان یکه‌تازی می‌کند و بخش اعظم اینگونه لوازم از مبادی غیرقانونی، با بدترین کیفیت و قیمت ارزان وارد کشور می‌شوند. «ما فقط اورجینال فروسیم» جمله‌ای است که فروشندگان با آن لحن مجذوب‌کننده‌شان به خریدار می‌گویند و مصرف‌کننده به ناچار و به دلیل عدم آشنایی با اصل یا تقلبی بودن کالا، آن را خریداری می‌کند. سوال اینجاست که مسئولان چه شرایطی فراهم کرده‌اند تا مصرف‌کنندگان بتوانند لوازم آرایشی استاندارد را از تقلبی تشخیص دهند؟ رئیس اتحادیه خرازی‌ها اعتقاد دارد که مصرف‌کنندگان باید لوازم آرایشی را از واحدهای صنفی که دارای پروانه کسب از این اتحادیه هستند، خریداری کنند و مردم باید توجه داشته باشند که کالاهای تقلبی در قالب برندهای معتبر هم به فروش می‌رسند. از طرفی رئیس اتحادیه سوپرمارکت‌داران اذعان دارد که لوازم آرایشی که توسط سوپرمارکت‌ها عرضه می‌شود، از استانداردهای لازم برخوردار است.

❖ **لوازم آرایشی و بهداشتی را از واحدهای صنفی که دارای پروانه کسب خرازی هستند، خریداری کنید**
رئیس اتحادیه خرازی‌های تهران با بیسان این که بازار مملو از کالاهای تقلبی‌ها است، گفت: با وجود نظارت‌های صورت‌گرفته از سوی اتحادیه خرازی باز هم شاهد لوازم آرایشی و بهداشتی تقلبی در بازار هستیم که سلامت پوست مصرف‌کنندگان را تهدید می‌کند. سیدحسن دکمه‌چی با بیان این که لوازم آرایشی و بهداشتی تقلبی صرفاً چینی نیستند، افزود: برخی از این کالاهای تقلبی از مرز کشورهای همسایه به ویژه پاکستان و امارات متحده عربی وارد کشور می‌شوند که مصرف‌کنندگان به دلیل ارزان بودن از آنها استفاده می‌کنند. وی ادامه داد: کالاهای تقلبی که در قالب برندهای معتبر به فروش می‌رسند، از کیفیت بسیار پایینی برخوردارند و باعث به وجود آمدن عوارض پوستی، نازایی، آلرژی‌های تنفسی شده و متأسفانه سرطان‌زا نیز هستند.



غیراستاندارد به بازار، اظهار داشت: در طول سال چندین برند جدید لوازم آرایشی وارد بازار می‌شود. چین نبض بازار این کالاها را در دست گرفته است و قیمت پایین این لوازم در مقایسه با نمونه‌های استاندارد و اصلی، باعث ترغیب مردم به استفاده از لوازم چینی شده است. فرید جاودانی ادامه داد: به گفته دست‌فروشان که در محدوده بازار فعالیت می‌کنند، برخی انواع عطرهای تقلبی را با قیمت بسیار پایین و به صورت قاچاق وارد کشور می‌کنند و از این راه به سود سرشاری هم می‌رسند. فرهنگ عدم استفاده از عطرهای تقلبی در کشور جا نیفتاده است و مردم فقط فریب قیمت‌های ارزان این لوازم را می‌خورند. وی تصریح کرد: مصرف‌کنندگان باید سلامت خود را در اولویت خرید قرار دهند و در واقع آگاه باشند که با هزینه بیشتری که بابت خرید لوازم استاندارد می‌پردازند، دیگر هزینه‌ای برای درمان پرداخت نخواهند کرد.

کالاهای تقلبی اتحادیه خرازی در ۲ سال گذشته به اندازه ۲۵ سال گذشته بوده که این مساله باید از سوی مسئولان ذیربط به‌طور جدی رسیدگی شود. دکمه‌چی تصریح کرد: میزان تولید لوازم آرایشی و بهداشتی در کشور بسیار اندک است و جوابگوی نیاز داخلی نیست؛ چنانچه واحدهای تولیدی تقویت شوند، قطعاً توان تولید کالای مرغوب را خواهند داشت. وی افزود: برندهای معتبر لوازم آرایشی و بهداشتی از آلمان، فرانسه، اتریش، تایوان و ترکیه به کشور وارد می‌شوند. دکمه‌چی تصریح کرد: در دو سال گذشته کلاس‌های آموزشی از سوی اتحادیه برای واحدهای صنفی خرازی برای ارتقای دانش علمی شناخت محصولات آرایشی و بهداشتی برگزار می‌شود که در این کلاس‌ها فروشندگان با کالای اصل و تقلبی

مشتری می‌داند که کالای تقلبی خریداری نکرده است. دکمه‌چی افزود: با وجود نظارت‌هایی که از سوی اتحادیه صورت می‌گیرد، میزان واردات کالاهای تقلبی زیاد است و به صورت قاچاق وارد کشور می‌شوند که از مسئولان کشوری خواستاریم کنترل و نظارت بر مبادی ورودی کالا افزایش یابد. وی اظهار کرد: بیش از ۷ سال است که اتحادیه به دنبال سامان دادن این وضعیت است در این زمینه نیاز به همکاری دیگر ارگان‌ها از جمله اماکن و وزارت بهداشت وجود دارد.

❖ **معضل فروش لوازم آرایشی در سوپرمارکت‌ها، داروخانه‌ها و بوتیک‌های لباس فروشی**
دکمه‌چی تصریح کرد: از دیگر مشکلات این اتحادیه این است

«کسب و کار» از مشکلات صنف پلاستیک و نایلون گزارش می‌دهد

گران‌فروشی مواد اولیه پلیمری تولید داخل



افزایش ۳۰ درصدی قیمت مواد اولیه تولید نایلون و پلاستیک با توجه به فراوانی مواد پلیمری تولید داخل، کارخانجات را با مشکلاتی مواجه کرده است و فعالان این صنعت، از سکوت دولت در برابر گران بودن مواد اولیه داخلی و ارزان بودن نمونه‌های وارداتی، متعجب هستند. در حال حاضر روز به روز شاهد فزاینده شدن استفاده از ظروف یکبار مصرف در بین مردم هستیم و در این راستا صحبت‌های بسیاری هم درباره سرطان‌زا بودن برخی از این ظروف مطرح می‌شود. کارشناسان بهداشت اعتقاد دارند که حرارت بالا، موجب آزاد شدن ترکیبات شیمیایی در دیواره این ظروف می‌شود و این عامل موجب بروز بیماری‌های صعب‌العلاج و سرطان می‌شود. رئیس اتحادیه نایلون و پلاستیک تهران در تشریح شرایط بازار پلاستیک و نایلون اذعان دارد: در شرایطی که قطب تولید مواد اولیه پلیمر هستیم چرا باید این مواد را گران تهیه کنیم، در حالی که این موضوع باعث می‌شود قیمت تمام شده کالای تولیدی بالا برود و توان رقابت و صادرات را از دست بدهیم؟ وی با ارائه نکاتی درباره خرید ظروف یکبار مصرف عنوان می‌کند که مردم توجه داشته باشند که برند تولیدی باید روی ظروف حک شده باشد و خریداران به واحدهای صنفی که تحت پوشش این اتحادیه است، مراجعه کنند چرا که اعضای این صنف استانداردهای لازم را در این صنعت رعایت می‌کنند.

❖ **افزایش ۳۰ درصدی قیمت مواد اولیه و سکوت دولت**
رئیس اتحادیه نایلون و پلاستیک تهران از افزایش ۳۰ درصدی قیمت مواد اولیه تولید خیر داد و افزود: رئیس انجمن پتروشیمی قبل از ماه محرم از کاهش قیمت‌ها خبر داد اما در آغاز محرم قیمت‌ها به جای کاهش با افزایش همراه شد. سیدرحیم مقیمی اصل افزود: ایران به لحاظ تولید مواد اولیه نایلون و پلاستیک و پلیمر رتبه نخست منطقه را داراست اما به لحاظ قیمتی گران‌تر از سایر کشورهای دنیاست. مقیمی با بیسان اینکه قیمت مواد اولیه وارداتی از تولید داخلی ارزان‌تر است، افزود: به دلیل وجود تحریم‌ها چون نمی‌توان مواد اولیه را از خارج کشور تهیه کرد، پتروشیمی از این موقعیت استفاده کرده و مواد اولیه را گران‌تر از سایر کشورها به تولیدکننده داخلی می‌فروشد.

❖ **افزایش قیمت مواد اولیه، کارخانه‌ها را با مشکل روبه‌رو کرده است**
این مقام مسئول در اتحادیه نایلون و پلاستیک تهران با طرح این پرسش که چرا دولت و مجلس در قبال افزایش قیمت مواد اولیه سکوت کرده‌اند، گفت: در شرایطی که قطب تولید مواد اولیه پلیمر هستیم، چرا باید این مواد را گران‌تر تهیه کنیم؟

یکبار مصرف گیاهی که تحولی چشمگیری در نظام سلامت داشته‌اند، نیستیم؟ مظاهری افزایش قیمت مواد اولیه در این صنعت را عامل متغیر بودن قیمت نایلون و پلاستیک دانست و گفت: قیمت مواد اولیه تولید داخل را در ایامی همچون ماه رمضان و محرم به یکباره افزایش می‌دهند و مردم افزایش قیمت‌ها را از چشم فعالان این صنف می‌بینند. وی عنوان کرد: مواد اولیه تولید داخل که به کشورهای دیگر صادر می‌شوند کمک به صنعت این کشورهاست، چرا که قیمت صادرات این مواد به خارج از کشور، ارزان‌تر از قیمت عرضه آن در داخل است.

❖ **ظروف یکبار مصرف قاچاق؛ تهدیدی برای سلامت جامعه**
مرتضی مظاهری، فروشنده ظروف یکبار مصرف درباره بازار نایلون و پلاستیک اظهار داشت: برخی مسئولان و کارشناسان همواره مسائلی را مبنی بر سرطان‌زا بودن ظروف یکبار مصرف عنوان می‌کنند و بانگاه کلی بازار این ظروف را زیر سوال می‌برند. وی در گفت‌وگو با «کسب و کار» ادامه داد: بحث استاندارد نبودن برخی ظروف را در نمی‌کنیم اما سوال اینجاست که چرا جلوی ظروف غیراستانداردی که به صورت قاچاق وارد کشور می‌شوند، گرفته نمی‌شود و شاهد اطلاع‌رسانی درباره ظروف

❖ **نباید برای استفاده از مایعات داغ از ظروف یکبار مصرف شفاف استفاده کرد**
رئیس اتحادیه نایلون و پلاستیک تهران درباره استفاده از ظروف یکبار مصرف شفاف افزود: نباید برای استفاده از مایعات داغ از ظروف یکبار مصرف شفاف استفاده کرد و این ظروف برای استفاده از مایعات داغ زیان دارد. مقیمی اصل ادامه داد: ظروف شفاف زمانی که برای مایعات داغ استفاده شود و دمای آن به بالای ۸۰ درجه برسد، ضرر دارد و باید برای استفاده از مایعات داغ از ظروف یکبار مصرف کاغذی استفاده کرد. وی تصریح کرد: ۱۳۰ کارخانه تولید ظروف یکبار مصرف در کشور فعال هستند که کالاهای تولیدی این کارخانه‌ها قابل رقابت با تولیدات مشابه خارجی‌اند.

این باعث می‌شود قیمت تمام شده کالای تولیدی بالا برود و توان رقابت و صادرات را از دست بدهیم. وی افزود: انجمن پتروشیمی چرا باید در زمان اوج مصرف مصرف‌کنندگان و تقاضای بازار در ماه محرم قیمت‌ها را به جای کاهش، افزایش دهد؟ مقیمی تأکید کرد: اکنون در بازار، عرضه کم و تقاضای زیاد است و این روند بر بازار تأثیر گذاشته و به دلیل افزایش قیمت مواد اولیه تعداد زیادی از کارخانه‌ها با مشکل روبه‌رو شده‌اند و نمی‌توانیم رقابت داشته و جوابگوی تولید باشیم. مقیمی تصریح کرد: محصولات داخلی ما با تکنولوژی روز تولید می‌شوند اما نبود حمایت از بخش تولید چرخه تولید را با مشکل روبه‌رو کرده است.



نامه به سر دبیر

روزنامه «کسب و کار» جهت طرح مسائل و مشکلات خوانندگان محترم، ستونی را با عنوان نامه به سر دبیر راه اندازی کرده است. از این رو شما خواننده محترم می‌توانید از طریق ارسال نامه به پست الکترونیکی newskasbokar@gmail.com صدای خود را به گوش مسئولان برسانید.

یاران گنجینه کتاب

کانال تلگرامی گنجینه کتاب دارای بخش «یاران گنجینه کتاب» است که اعضای کانال دست‌نوشته‌های خود را برای انتشار در کانال می‌فرستند. در این ستون هر روز با این دست‌نوشته‌ها همراه خواهیم شد. در صورت علاقه می‌توانید متن‌های خود را برای این کانال بفرستید.

رنگ‌زرا

مادرم وقتی مرد، پاسبان‌ها همه کاسب بودند. مرد همسایه از من پرسید: دخترم کمک می‌خوانی؟ من از او پرسیدم... من از او هیچ نپرسیدم و از او هیچ نخواستم من و فقط چشم در نگاهش دوختم پاسخی سر دادم: ممنون همه چی رو به راهه... و نبود خوب نبود، حال و پیرانه من خوب نبود، بس که نالیدم اندر سر خود، درد موج می‌زد لابه‌لای خاطرات ناتمام مانده من. مادرم وقتی مرد، پدرم بی‌خبر از راه رسید، خواهرم گریان شد، دست در گریبان پدر انداختم: پدر مادر رفت! مادرم لالایی می‌خواند، خط خوبی که نداشت اما شعرهای خوبی می‌سرود و صف حال من سرگشته خام، تا شوم بس پخته تا نیقتم به دام. مادرم وقتی مرد، سنگ قبر شد گران، کفن و کافور و گلاب، من و خواهرمو یک بطری آب. بر سر خاک مزارش رفتیم تا به تاریکی تا شب مهتاب. تا آواز اذان، تا نماز وحشت و وحشت از حس نبود مادر و وحشت از تجدید فراش یک مرد و وحشت از خانه‌ای بی‌بوی غذا و وحشت از مشکی، از رنگ‌زرا

@ganjine_ketab
منبع: گنجینه کتاب

مهارت‌های مدیریتی

از شکست فتر سید

اجازه ندهید کلمات و عباراتی چون «پیروزی» یا «شکست» به غول‌هایی تبدیل شوند که فقط تصمیم‌گیری نهایی را برای شما سخت‌تر کنند.



توجه بی‌حد و حصر به نتیجه کار که پیروزی یا شکست است، ترس شما را در مرحله مهم تصمیم‌گیری افزایش می‌دهد و اصولاً ترس از شکست مانع گرفتن تصمیم‌های درست می‌شود. منظور من این نیست که خطرات احتمالی را بر سرسی و پیش‌بینی نکنید، بلکه مد نظر قرار دادن خطرات احتمالی توان ما را برای مقابله با خطرات بیشتر می‌کند. توجه به خطرات احتمالی و پیش‌بینی آنها ایداً به معنای ترس از تصمیم‌گیری نیست، بلکه برعکس شجاعت و تیزهوشی شما در گرفتن تصمیم‌های بهتر را بیشتر می‌کند و آگاهی‌تان را نیز نسبت به آنچه قرار است اتفاق بیفتد، افزایش می‌دهد. منظور من این است که ترس از شکست مانعی بر سر راه شما نباشد، شما فرایند تصمیم‌گیری و اقدام و عمل را به‌طور کامل طی کنید و اجازه ندهید که ترس از شکست به عنوان یک گزینه در فرایند تصمیم‌گیری شما دخالت کند. بنابراین آن را به‌طور کامل حذف کنید. @PracticalManagement

مفاهیم بازاریابی

بازاریابی سبز چیست؟

بازاریابی سازگار با محیط‌زیست یا «بازاریابی سبز» روشی از دادوستد است که در آن تقاضای مصرف‌کنندگان در رابطه با ترویج فرهنگ محافظت از محیط‌زیست، مورد توجه قرار می‌گیرد. کمپین‌های بازاریابی سبز، برتری ویژگی‌های محصولات و خدمات شرکت خود را در زمینه حفاظت از محیط‌زیست پررنگ می‌کنند. این ویژگی‌ها معمولاً شامل مواردی مانند استفاده از مواد سازگار با محیط‌زیست در بسته‌بندی‌ها، افزایش بازده مصرف انرژی در محصولات، کاهش مصرف مواد شیمیایی در محصولات کشاورزی، یا کاهش تولید سموم و دیگر آلاینده‌ها در فرایند ساخت محصول هستند. بازاریابان به تقاضای رو به رشد مصرف‌کنندگان برای محصولات سازگار با محیط‌زیست، به چند روش پاسخ می‌دهند که هر یک از آنها یکی از اجزای بازاریابی سبز است. این روش‌ها عبارتند از:

۱. تاکید روی ویژگی‌های سازگار با محیط‌زیست محصول
 ۲. معرفی محصولات جدید مطابق با سلیقه مشتریان؛ محصولاتی با بازدهی مصرف انرژی بالا، اسراف کم، طول عمر زیاد و سازگار با آب‌وهوای بومی
 ۳. طراحی مجدد محصولات موجود، با توجه به تقاضای مصرف‌کنندگان. گرایش مشتریان به سوی کمپین‌های بازاریابی که روی اخلاق طبیعت‌دوستانه و فواید محصولات شرکت‌شان برای محیط‌زیست تاکید دارند، در حال رشد است.
- بسیاری از شواهد نشان می‌دهند که بعضی از شرکت‌ها، تنها جهت کسب منافع بیشتر روی بازاریابی سبز تاکید دارند. گرچه شرکت‌هایی نیز هستند که محصولات‌شان را با حساسیت‌های همه‌گیر محیط‌زیست هماهنگ می‌کنند؛ زیرا صاحبان و مدیران آنها به اندازه خشنودی و رفع نیازها و خواسته‌های مصرف‌کنندگان، در برابر حفظ محیط‌زیست نیز احساس مسئولیت می‌کنند.

www.chetor.com

تبلیغات خلق



اجتناب از اشتباه در فروش حرفه‌ای

آیا تا به حال از خود پرسیده‌اید چه چیزی باعث تمایز شدن فروشندگان حرفه‌ای از دیگران می‌شود؟ بسیار اهمیت دارد که بدانید فروشندگان حرفه‌ای برای کسب موفقیت باید چه کارهایی انجام دهند و از چه کارهایی بپرهیزند. گاهی اوقات فروشندگان عاداتی دارند که آنها را از موفق شدن دور می‌کند.

۴. آنها اطلاعات بی‌ربطی ارائه می‌کنند زمانی که در دنیای تجارت بودم، در جلسات بی‌شماری شرکت می‌کردم و بارها دیده بودم که فروشندگان از چیزهایی صحبت می‌کنند که کاملاً بی‌ربط است. به افراد حاضر در جمع بی‌ارتباط است. برای مشتریان اهمیت ندارد که شما چه پشتوانه مالی‌ای دارید یا چه کسانی مشتری شما هستند؛ آنها فقط به این موضوع فکر می‌کنند که محصول یا خدمت شما به دردتان می‌خورد یا خیر. بیشتر زمان جلسه را به بیان مزایای محصولتان در رابطه با مشکل یا خواسته مشتری بپردازید تا آنها متقاعد شوند که محصولتان مشکل آنها را حل و زنده‌گی‌شان را ساده‌تر می‌کند.

۵. آنها آمادگی توضیح درباره محصولاتشان را ندارند همان اوایل که تازه وارد دنیای فروش شده بودم، روزی با مشتری‌ای تماس گرفتم تا پیامی در صندوق پست صوتی‌اش بگذارم، اما ناگهان خودش تماس مرا پاسخ داد. من که اصلاً آمادگی نداشتم، به‌جای اینکه سوالات درست و حسابی بپرسم و کنترل مکالمه را در دست بگیرم، تمام وقتم را صرف پاسخ دادن به سوالات او کردم. این موضوع باعث شد مشتری کنترل فرایند فروش را تمام و کمال در دست بگیرد و چه در جلسه فروش شرکت کنید، بسیار مهم است که آمادگی کافی داشته باشید. یا حتی پیش از حد آماده باشید. آمادگی یعنی داشتن تمام اطلاعات مرتبط، از جمله قیمت، سابقه و نمونه در ذهن یا روی کاغذ و فهرستی از سوالاتی که باید بپرسید. پیشنهاد می‌کنم چک‌لیستی شامل تمام اطلاعات مورد نیاز داشته باشید و قبل از هر تماس یا جلسه آن را بررسی کنید.

۶. آنها نمی‌توانند معامله را ببندند اگر دارید محصول یا خدمتی را به فروش می‌رسانید، باید از مشتری بخواهید که آن را بخرد. به‌ویژه وقتی مدتی را صرف بررسی کرده‌اید و می‌دانید که محصول شما می‌تواند نیاز یا مشکل مشتری را حل و به او کمک کند. مادامی که به روشی مودبانه، با اعتماد به نفس و خیرخواهانه از مشتری بخواهید محصولتان را بخرد، نتیجه خوبی نیز خواهید گرفت.

۷. آنها در طول فرایند فروش خیلی صحبت می‌کنند بسیاری از فروشندگان وقت زیادی را صرف صحبت کردن طولانی درباره تخصص‌شان، محصول، ویژگی‌های محصول، خدمات و مسائل دیگر می‌کنند. اینگونه شانس بسیار بهتری در رسیدن به اهدافتان خواهید داشت.

منبع: www.modiresabz.com



آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

پروژه ۸۰ واحدی نهضت ملی مسکن شهرستان نمین

بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان اردبیل در نظر دارد پروژه ۸۰ واحدی نهضت ملی مسکن شهرستان نمین (تکمیل اسکلت بتنی بصورت دستمزدی) را بشرح جدول ذیل و بر اساس مشخصات فنی منضم به اسناد مناقصه از طریق برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله‌ای به مناقصه‌گران واجد شرایط واگذار نماید:

نام پروژه	شهرستان	برآورد اولیه	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (ریال)	نوع تضمین شرکت در مناقصه	مدت اجرای پروژه	محل اعتبار پروژه
۸۰ واحدی نهضت ملی مسکن	نمین	۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	ضمانتنامه بانکی اوار/ وجه نقد افرم مطالبات	۱۸۰ روز	اعتبارات داخلی بنیاد مسکن

نوع فراخوان: فراخوان عمومی یک مرحله‌ای

نام و نشانی دستگاه مناقصه‌گزار: بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان اردبیل

موضوع مناقصه: تکمیل پروژه ۸۰ واحدی نهضت ملی مسکن شهرستان نمین بصورت دستمزدی (طبق جدول فوق) بر اساس نقشه‌ها و مشخصات فنی اجرایی منضم به اسناد مناقصه.

زمان فروش اسناد مناقصه: از ساعت ۱۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۰ الی ساعت ۱۴ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۳ مهلت تحویل پیشنهادهات از سوی مناقصه‌گران: از روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۵ تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۶ (حداقل ۱۰ روز) طبق بند (ب) ماده ۱۵ قانون برگزاری مناقصات

محل دریافت اسناد مناقصه: سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران).

تضمین شرکت در مناقصه:

ضمانتنامه بانکی.

۲-۷) واریز وجه نقد به حساب ۱۳۰۹۶۲۹۸۱۳ نزد بانک تجارت شعبه آزادی اردبیل (کد ۱۳۰۹) بنام بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان اردبیل

۳-۷) فرم مطالبات تایید شده از امور مالی بنیاد مسکن

مدت اعتبار پیشنهادها: از آخرین روز مهلت تحویل پیشنهادات به مدت سه ماه (قابل تمدید برای یک دوره سه ماه دیگر) معتبر باشد.

تاریخ بازگشایی پاکت (الف، ب، ج): ساعت ۱۰ قبل از ظهر روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۷ اعتبار پروژه: از محل اعتبارات داخلی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان اردبیل می‌باشد.

شرایط مناقصه‌گران: کلیه شرکت‌های تشخیص صلاحیت شده دارای رتبه انبیه از سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان و پیمانکاران حقیقی، که ارائه یک نسخه از گواهی رتبه‌بندی و آخرین آگهی تغییرات اسنادنامه در روزنامه رسمی شده در زمان خرید اسناد الزامی می‌باشد.

جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانید به سایت ذیل مراجعه نمایید.

http://setadiran.ir

روابط عمومی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان اردبیل